

SCHWEDEN



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



Warum in Schweden aktiv werden?

Trotz Inflation und schwacher Währung ist die Wirtschaft in Schweden stabil und sind die Einkommen hoch. Schwedische Gäste haben besonders hohe Tagesausgaben in Österreich. Sie schätzen sportliche Aktivitäten in der Natur und sind kulturell interessiert. Österreich hat die idealen Voraussetzungen für die schwedischen Urlaubsgäste.

Die Top-Headlines in Schweden

Die Inflation und steigende Preise, die Zunahme der Kriminalität und die allgemeine Unsicherheit stellen große Herausforderungen dar. Die Regierung arbeitet intensiv daran, diese Situation zu bewältigen und die Wirtschaft anzukurbeln.



Was beschäftigt die Menschen in Schweden? Worer spricht die Reisebranche?

Krieg und Inflation und wie sich dies auf die persönliche Lebenssituation auswirken kann. Ebenso die anhaltende Bandenkriminalität, die in den letzten Monaten massiv gestiegen ist und nicht eingedämmt werden kann.

Wie lange wird es noch Wintertourismus in den Alpen geben? Die Preissteigerungen in Österreich sind ein Thema, zumal die schwache norwegische und schwedische Krone den Urlaub in diesen beiden Ländern günstiger macht. Medien berichten über steigende Temperaturen und Klimawandel.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die Schwedinnen und Schweden warten mit der Buchung des Winterurlaubes noch ab, außerdem planen sie die Ausgaben im Urlaubsort zu reduzieren. Ebenso werden viele den Urlaub im eigenen Land oder in Norwegen verbringen.



Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Es wird für heuer mit einer Rezession gerechnet, was auch die Reiseentscheidungen der Schwedinnen und Schweden beeinflusst. Buchungen werden später getätigt (last-minute-Angebote).



Besteht Lust auf Reisen?

Sechs von zehn Schwedinnen und Schweden planen in den nächsten sechs Monaten eine Reise ins Ausland. Trotz der hohen Inflation und der dadurch schwachen Krone und der hohen Zinspolitik ist die Reiselust sehr hoch.

Wussten Sie schon ...?

...dass laut einer Umfrage des schwedischen Handelsverbandes 2020 nur mehr 9 % der schwedischen Bevölkerung Bargeld als bevorzugtes Zahlungsmittel nutzen? Anfang der 2030er Jahre soll Bargeld in Schweden komplett abgeschafft werden.



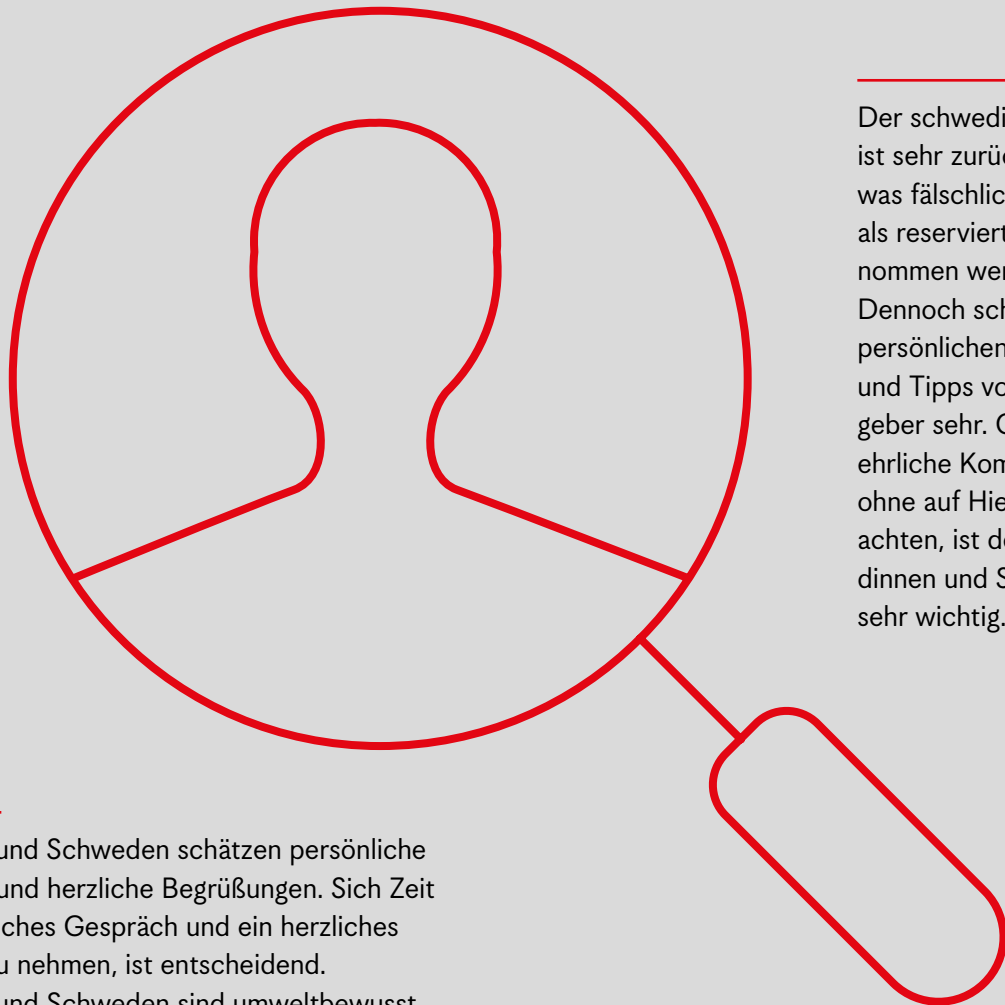
DER GAST



auf den Punkt gebracht

Die österreichische Gemütlichkeit ist ein positiver Aspekt für die Schwedinnen und Schweden - ebenso die Tatsache, dass viele Betriebe familiengeführt sind. Negativ bewertet wird kostenpflichtiges Leitungswasser. Auch das Rauchen im öffentlichen Raum ist ein No-Go.

Urlaubsaktivitäten, die bei Schwedinnen und Schweden einen hohen Stellenwert haben, sind in der Regel von der Natur und der Möglichkeit zur Entspannung geprägt - z.B. Wandern, Skifahren und Langlaufen. Sie genießen Wellness, Saunen und Spas (aber immer in getrennten Saunen!).



Der schwedische Gast ist sehr zurückhaltend, was fälschlicherweise als reserviert aufgenommen werden kann. Dennoch schätzt er persönlichen Kontakt und Tipps vom Gastgeber sehr. Offene und ehrliche Kommunikation ohne auf Hierarchien zu achten, ist den Schwedinnen und Schweden sehr wichtig.

Schwedinnen und Schweden schätzen persönliche Begegnungen und herzliche Begrüßungen. Sich Zeit für ein freundliches Gespräch und ein herzliches Willkommen zu nehmen, ist entscheidend. Schwedinnen und Schweden sind umweltbewusst und schätzen umweltfreundliche Maßnahmen in der Unterkunft und Informationen darüber, was der Gast dazu beitragen kann - z.B. Recyclingmöglichkeiten.

IM GESPRÄCH MIT ...



Gabriele Lenger

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Ich sehe noch großes Potenzial für Sommerurlaub in Österreich als Alternative zum Mittelmeer mit einem umfangreichen Angebot an Freizeitaktivitäten. Ebenso großes Potenzial für die Anreise mit dem Zug. Reiseveranstalter bestätigen diese erhöhte Nachfrage.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Ein ausgewogener Marketingmix mit Schwerpunkt Online, ergänzt um DOOH und Social Media Aktivitäten ist am Markt zielführend. Aber auch die Zusammenarbeit mit schwedischen Medien und Influencer:innen ist sehr wichtig, um hochwertigen Content zum Thema Aktivurlaub und Nachhaltigkeit in Österreich zu generieren. Blog-Artikel, Reiseführer und Erfahrungsberichte sind hierbei besonders wirksam.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Im Zuge der Digitalisierung und der steigenden Akzeptanz von Remote-Arbeit hat die Zielgruppe ein großes Interesse an Workation-Urlauben entwickelt. Sie möchte die Möglichkeit haben, von attraktiven Urlaubszielen aus zu arbeiten und gleichzeitig ihre Reiseerlebnisse zu genießen. Aber auch Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind wichtige Aspekte bei der Wahl eines Reiseziels. Die Schwedinnen und Schweden suchen nach Reisezielen, die naturnah sind und Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten bieten.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Schwedische Gäste legen vermehrt Wert auf umweltfreundliche Reiseoptionen. Sie bevorzugen Destinationen und Unterkünfte, die sich aktiv für Umweltschutz und Nachhaltigkeit einsetzen, beispielsweise durch Abfallvermeidung, Recycling und den Einsatz erneuerbarer Energien. Die Liebe zur Natur und die Sehnsucht nach Outdoor-Erlebnissen haben seit der Pandemie zugenommen. Schwedische Gäste suchen nach Reisezielen, die Wandern, Radfahren, Kajakfahren und andere umweltfreundliche Aktivitäten bieten.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Home Office und flexible Arbeitszeitmodelle sind in Schweden üblich - Familie und Freizeit haben höchste Priorität. Die offene, direkte und informelle Kommunikation der Schwedinnen und Schweden empfinde ich sehr positiv. Und sage niemals nein zu einem traditionellen „fika“ (Kaffee und Kuchen) beim Meeting - so baust du am besten eine langfristige erfolgreiche Geschäftsbeziehung auf.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Österreich wird als nachhaltiges Reiseziel im Sommer wie auch im Winter positioniert. In der Kommunikation setzen wir u.a. auf Maßnahmen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, umweltfreundliche Transportmöglichkeiten und Unterkünfte. Ein Buch zum Thema „Zug / Nachhaltige Wanderungen“ in Österreich wird 2025 in Schweden herausgegeben. Glaubwürdiger Content ist King und wir setzen auf enge Zusammenarbeiten mit Journalist:innen, Reiseveranstaltern sowie anderen schwedischen Multiplikatoren.



Gabriele Lenger

Head of Markets

Dänemark und Schweden

gabriele.lenger@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Schweden finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)